

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG DI BANK BCA KOTA MEDAN (STUDI KASUS ETNIS CINA)

Monang Ranto Tambunan
Inggrita Gusti Sari Nasution

ABSTRACT

This study entitled “Anaysis of Factors Influencing Decisions Customers Saving in BCA Medan (Ethnic Chinese Case Study)”. This study aimed to investigate the efeect of factors consisting Of products, services, promotions, location and credibility of the decisions of Chinese customers saving in BCA Medan.

The analytical method used is descriptive analysis and statistical methods used multiple linear regression tool, significant testing and simultaneous testing of significant partial. Data processed using SPSS17.0 for windows. The data used are primary and secondary data.

Based ond estimation/regression showed that the variables of the products, service, and the credibility has positive and significant impact in cutomers decision ethnic Chinese saving in BCA Medan alpha level of 5%, while variable promotion and location only positive influence customers decisions ethnic Chinese saving in BCA Medan.

Keywords: Products, Services, Promotion, Location, Credibility and Customers Decision

PENDAHULUAN

Peranan bank sangatlah penting bagi perekonomian suatu negara dalam hal mendukung pembangunan, karena pembangunan ekonomi di suatu negara sangat bergantung kepada dinamika perkembangan dan kontribusi nyata dari sektor perbankan. Pertumbuhan dalam perkembangan bank terutama bank konvensional bisa dilihat dari semakin banyaknya jaringan, aset, banyaknya produk – produk yang ditawarkan dan banyaknya Dana Pihak Ketiga (DPK) yang dihimpun dari masyarakat.

PT. Bank Central Asia Tbk. (BCA) merupakan salah satu bank terkemuka di indonesia, Bank BCA memiliki \pm 9,7 juta nasabah yang di layani oleh 946 cabang 8.836 ATM, serta lebih dari 100 ribu elektronik *Data Capture* (EDC) yang terbesar di seluruh wilayah indonesia. Dari seluruh nasabah Bank BCA yang ada di kota Medan, terdapat sekitar 60% adalah nasabah etnis Cina dari berbagai kalangan pekerjaan seperti pegawai swasta, wiraswasta, pelajar/mahasiswa, dan lain-lain. Hal yang membuat para etnis Cina menabung di Bank BCA seperti keuntungan yang diterima nasabah lebih besar dibandingkan dengan bank lainnya, mereka melihat bahwa Bank BCA adalah bank yang sehat dan transparan, dan juga karna adanya testimoni dari teman-teman mereka yang sudah mempercayakan dananya di Bank BCA.

Adapun dalam mempengaruhi nasabah menabung di Bank BCA, ada empat aspek yang sangat di prioritaskan, yaitu: 1). Produk yang merupakan Sesuatu yang di tawarkan ke nasabah dalam mendapatkan perhatian untuk membeli dan digunakan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan yang berupa keanekaragaman produk seperti, produk simpanan, 2). Pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan para pelanggan/nasabah. Pelayanan merupakan pengantar bagi aliran nilai tambah yang akan disampaikan kepada nasabah, sampai nilai tambah itu dapat memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah, 3). Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan

seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Promosi mempunyai peranan sebagai alat berkomunikasi dengan individu-individu, kelompok-kelompok atau organisasi-organisasi yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi salah satu diantara penerima informasi tersebut (atau lebih) untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan (Swashta,dkk 1997:349), 4). Lokasi yang di dalam dunia perbankan lebih di tekankan pada lokasi kantor dan lokasi ATM di dalam atau di luar bank, hal ini disebabkan agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi bank yang harus memberikan rasa nyaman dan aman kepada seluruh nasabah, 5). Kredibilitas adalah salah satu aspek dalam reputasi perusahaan yang di anggap berpengaruh bagi keberhasilan perusahaan, reputasi perusahaan di defenisikan sebagai representasi perseptual dari gabungan kinerja masa lampau dan prospek masa depan perusahaan. Dalam hal ini dinyatakan secara keseluruhan oleh kumpulan penilaian atau opini personal mengenai perusahaan yang bersangkutan.

Etnis Cina sudah ratusan tahun berada di Indonesia. Eksistensinya tidak bisa dilepaskan dari perjalanan perniagaan dan bisnis keuangan di Indonesia. Karena keuletannya, banyak etnis Cina berhasil dalam berbisnis. Tentu saja, kemakmuran ekonomi pun mengikutinya. Perkembangan sektor rill yang melibatkan masyarakat Cina menjadi indikasi bahwa mereka berperan penting dalam memutarakan uang. Potensi pasarnya besar sekali kontribusinya terhadap GDP.

Berdasarkan hal di atas, permasalahan dalam penelitian ini adalah: 1). Apakah Produk, Pelayanan, Promosi, Lokasi, dan Kredibilitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah, 2). Apakah faktor yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan nasabah etnis Cina menabung di Bank BCA Kota Medan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor produk, pelayanan, promosi, lokasi, kredibilitas terhadap keputusan nasabah etnis Cina menabung di Bank BCA Kota Medan dan untuk mengetahui faktor yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan nasabah etnis Cina menabung di Bank BCA Kota Medan.

TINJUAN TEORITIS

Bank termasuk perusahaan industri jasa karena produknya hanya memberikan pelayanan jasa kepada masyarakat. Definisi bank menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.7 tahun 1992 tentang Perbankan yang telah diubah dengan Undang-Undang No.10 tahun 1998, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

Bank adalah suatu badan usaha yang transaksinya berkaitan dengan uang, menerima simpanan (deposit) dari nasabah, menyediakan dana atas setiap penarikan, melakukan penagihan cek-cek atas perintah nasabah, memberikan kredit, dan atau menanamkan kelebihan simpanan tersebut sampai dibutuhkan kembali (Veitzhal, dkk 2007:321).

1. Fungsi dan Peranan Bank

Fungsi Bank

Secara umum, fungsi utama bank adalah menghimpun dana dari masyarakat luas dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman atau kredit untuk berbagai tujuan. Fungsi bank sebagai *Agent of trust* maksudnya adalah bahwa bank sebagai *financial intermediary* menjalankan fungsinya atas dasar kepercayaan yang diterima oleh

bank dari masyarakat. Kepercayaan masyarakat yang diberikan berupa amanat agar bank mengelola dan mengamankan dana yang disimpan masyarakat di bank tersebut. Fungsi bank sebagai *agent of trust* ini tentu tidak terlepas dari prinsip saling menguntungkan bagi kedua belah pihak. Fungsi bank sebagai *Agent of Development* maksudnya adalah Guna mewujudkan pembangunan dan kesejahteraan dalam perekonomian, bank dianggap sebagai lembaga yang cukup berperan signifikan. Hal ini dikarenakan aktivitas bank sebagai *financial intermediary* dapat mempertemukan sektor riil dan sektor moneter untuk berinteraksi. Sebagian besar peredaran uang dalam perekonomian terjadi melalui institusi perbankan sehingga interaksi sektor riil dan sektor moneter diharapkan berjalan dengan baik demi mendukung proses pembangunan. Dan fungsi bank sebagai *Agent of Service* maksudnya adalah Bank sebagai lembaga yang bergerak dibidang jasa yang lebih beragam, dengan kata lain aktivitas perbankan tidak hanya terbatas dalam hal menghimpun dana dan menyalurkan dana ditengah masyarakat. Beragamnya jenis jasa yang ditawarkan oleh bank menjadikan institusi perbankan juga dianggap sebagai *agent of service* (Lubis, 2010:10).

Peranan Bank

Bank dan lembaga keuangan bukan bank mempunyai peranan yang sangat penting dalam sistem keuangan. Peranan sebagai pengalihan asset yaitu bank mendirikan pinjaman kepada pihak yang membutuhkan dana dalam jangka waktu tertentu yang telah disepakati. Dalam hal ini bank telah berperan sebagai pengalih aset yang likuid dari unit surplus (*lenders*) kepada unit defisit (*borrowers*). Peranan sebagai alat transaksi yaitu bank memberikan berbagai kemudahan kepada pelaku ekonomi untuk melakukan transaksi barang dan jasa. Transaksi barang dan jasa tidak pernah terlepas dari transaksi keuangan, produk-produk yang dikeluarkan oleh bank merupakan pengganti uang dan dapat digunakan sebagai alat pembayaran. Peranan bank sebagai alat likuiditas yaitu lembaga keuangan bank memberikan fasilitas pengelolaan likuiditas kepada pihak yang mengalami surplus likuiditas. Disisi lain bank juga akan dapat memberikan fasilitas tambahan likuiditas kepada pihak-pihak yang mengalami kekurangan likuiditas. Peranan bank sebagai efisiensi yaitu peranan bank sebagai *broker* adalah menemukan peminjam dan pengguna modal tanpa mengubah produknya. Bank dapat menurunkan biaya transaksi dengan jangkauan pelayanan. Peranan bank untuk memperlancar dan mempertemukan pihak-pihak yang saling membutuhkan.

Hubungan Tabungan, pendapatan, dan Konsumsi

Besar kecilnya pendapatan mempengaruhi pengeluaran untuk konsumsi dan tabungan. Makin besar pendapatan akan membuat leluasa bagi pemilik uang untuk mengatur pengeluarannya sehingga tidak semua uang dipakai untuk konsumsi dan kemampuan untuk menyisihkan sebagian pendapatan untuk tabungan lebih besar. Sebaliknya pendapatan yang kecil akan mengakibatkan hampir semua uang dihabiskan untuk konsumsi sehingga kesempatan untuk menyisihkan pendapatan (menabung) rendah.

Pandangan JM Keynes, mengatakan bahwa pengeluaran seseorang untuk konsumsi dan tabungan dipengaruhi oleh pendapatannya. Menurut JM Keynes pendapatan sebuah negara terdiri atas 2 hal, yaitu :

1. Pendapatan perseorangan $Y = C + S$
2. Pendapatan Perusahaan $Y = C + I$

Dimana Y adalah pendapatan, C adalah konsumsi, S adalah tabungan, dan I adalah investasi.

Apabila pendapatan berubah, maka perubahan tersebut akan berpengaruh terhadap konsumsi dan tabungan. Perbandingan antara pertambahan konsumsi (ΔC) yang dilakukan dengan pertambahan pendapatan disposable (ΔY_d) yang diperoleh disebut kecenderungan

mengkonsumsi marjinal ($MPC = \text{Marginal Propensity to Consume}$). Perbandingan antara pertambahan tabungan (ΔS) dengan pertambahan pendapatan disposibel (ΔY_d) yang diperoleh disebut kecondongan menabung marjinal ($MPS = \text{Marginal Propensity to Saving}$).

Untuk mengetahui perubahan tingkat konsumsi, maka digunakan rumus :

$$MPC = \frac{\Delta C}{\Delta Y}$$

Untuk mengetahui perubahan tingkat tabungan, maka digunakan rumus :

$$MPS = \frac{\Delta S}{\Delta Y}$$

Fungsi konsumsi adalah suatu fungsi yang menggambarkan hubungan antara tingkat konsumsi rumah tangga dengan pendapatan nasional dalam perekonomian. Sedangkan fungsi tabungan adalah suatu fungsi yang menggambarkan hubungan antara tingkat tabungan rumah tangga dan pendapatan nasional dalam perekonomian.

Persamaan antara hubungan itu adalah

1. Fungsi konsumsi : $C = a + bY$
2. Fungsi tabungan : $S = -a + (1-b)Y$

Dimana a adalah konsumsi rumah tangga pada saat pendapatan nol, b adalah kecondongan konsumsi marjinal (MPC), C adalah tingkat konsumsi, S adalah tingkat tabungan, Y adalah tingkat pendapatan.

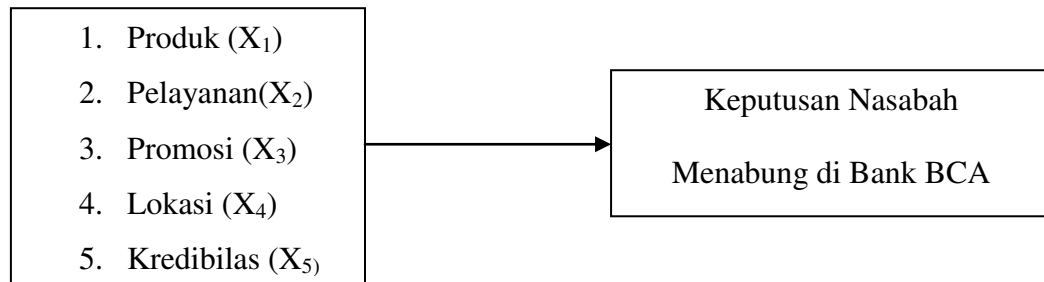
Penelitian Terdahulu

Winda (2009) “Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Nasabah Deposito PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional cabang Medan”. Secara parsial disimpulkan bahwa variabel suku bunga dan fasilitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk deposito pada PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional cabang Medan, sedangkan variabel keamanan dana simpanan dan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah deposito pada PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional cabang Medan. Secara parsial diantara variabel bebas yang diteliti ternyata variabel suku bunga merupakan variabel dominan. Sebesar 52,3% variabel terikat dapat dijelaskan dengan menggunakan variabel suku bunga, fasilitas pelayanan, keamanan dana simpanan dan promosi, dan sisanya 47,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Rambe (2012) “Analisis faktor-faktor yang Mendorong Keputusan Mahasiswa Menabung di Bank Sumut”. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah kredibilitas bank menjadi faktor pendorong keputusan mahasiswa menabung di Bank Sumut dengan persentase sebesar 48,3%. Lokasi menjadi faktor pendorong keputusan mahasiswa menabung di Bank Sumut dengan persentase sebesar 26,7%. Produk menjadi faktor pendorong keputusan mahasiswa menabung di Bank Sumut dengan persentase sebesar 18,3%. Promosi menjadi faktor pendorong keputusan mahasiswa menabung di Bank Sumut dengan persentase sebesar 6,7%.

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan atas beberapa variabel yang mendorong keputusan nasabah menabung di bank BCA, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah



Hipotesis

Berdasarkan pada latar belakang, landasan teori dan penelitian terdahulu serta mengacu pada tujuan penelitian, diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. Ada pengaruh produk, pelayanan, promosi, lokasi, kredibilitas terhadap keputusan nasabah secara simultan.
2. Ada pengaruh produk terhadap keputusan nasabah etnis Cina menabung di Bank BCA Kota Medan.
3. Ada pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah etnis Cina menabung di Bank BCA Kota Medan.
4. Ada pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah etnis Cina menabung di Bank BCA Kota Medan.
5. Ada pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah etnis Cina menabung di Bank BCA Kota Medan.
6. Ada pengaruh kredibilitas terhadap keputusan nasabah etnis Cina menabung di Bank BCA Kota Medan.

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Indriantoro dan Supomo (2002 : 26) menyatakan bahwa “Penelitian Deskriptif adalah penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu populasi”. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Penelitian kuantitatif adalah definisi pengukuran data kuantitatif dan statistik objektif melalui perhitungan ilmiah berasal dari sampel orang-orang atau penduduk yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survei untuk menentukan frekuensi dan persentase tanggapan mereka.

2. Defenisi Operasional

Defenisi operasional digunakan untuk menyamakan pemahaman tentang variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian dan untuk menghindari terjadinya perbedaan penafsiran.

Definisi operasional Penelitian ini adalah:

1. Produk merupakan produk jasa dalam bentuk tabungan yang ditawarkan oleh bank BCA.
2. Pelayanan merupakan pemberian jasa kepada pelanggan/nasabah etnis Cina yang menabung di Bank BCA, sesuai dengan kebutuhannya.
3. Promosi adalah bentuk informasi dan ransangan untuk menjaga loyalitas nasabah sebagai pelanggan atau menarik minat etnis Cina untuk menjadi nasabah baru di bank BCA
4. Lokasi merupakan tempat dimana bank atau unit pelayanan bank bisa melakukan kegiatan transaksi dan bagaimana akses atau cara yang harus ditempuh nasabah dalam menjangkau bank BCA
5. Kredibilitas adalah bentuk kejujuran, integritas (tanggung jawab), sekuritas (jaminan) dan rehabilitas (keterandalan) Bank BCA bagi nasabah.
6. Keputusan menabung adalah keinginan etnis Cina untuk menyimpan dananya di bank BCA.

3. Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert sebagai alat untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2008:132). Dalam melakukan penelitian terhadap variabel-variabel yang akan diuji, pada setiap jawaban akan diberi skor.

4. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008:115). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang memiliki rekening di bank BCA Medan.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2008:116). Sampel dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai objek pengamatan dalam penelitian ini adalah nasabah etnis Cina yang memiliki rekening di Bank BCA Kota Medan. Menurut Hair (dalam Ferdinand, 2006), jika sampel dalam suatu penelitian terlalu besar akan menyulitkan peneliti untuk bisa mendapatkan model penelitian yang cocok dan disarankan ukuran sampel yang sesuai berkisar antara 100-200 responden. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 100 sampel, yang dirasakan sudah cukup untuk mewakili populasi. Metode penelitian sampel menggunakan metode Purposive Random Sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan penilaian terhadap karakteristik yang disesuaikan dengan maksud penelitian. Adapun karakteristik yang telah ditentukan adalah nasabah bank BCA yang memiliki rekening tabungan dan masih terdaftar sebagai nasabah di Bank BCA Medan.

5. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden terpilih pada lokasi penelitian melalui wawancara dengan menggunakan alat bantu berupa kuisioner. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari studi kepustakaan, buku-buku yang terkait dengan penelitian ini, webiste, dan artikel yang menjadi referensi untuk mendukung penelitian ini.

6. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pernyataan melalui daftar pertanyaan pada responden terpilih, wawancara yaitu merupakan jenis pengumpulan data dimana peneliti mengadakan wawancara langsung kepada responden terpilih, studi pustaka yaitu mengumpulkan data-data melalui buku, jurnal, website yang menjadi referensi pendukung.

7. Metode Analisis Data

Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui tidak adanya pengaruh variabel faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung (Y) terdiri dari produk (X_1), pelayanan (X_2), promosi (X_3), lokasi (X_4) dan kredibilitas (X_5) maka penelitian ini menggunakan analisis statistik regresi linear berganda. Persamaan yang digunakan adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan :

Y	= Keputusan menabung
a	= Konstanta
b_1, b_2, b_3, b_4	= Koefisien regresi
X_1	= Produk
X_2	= Pelayanan
X_3	= Promosi
X_4	= Lokasi
X_5	= Kredibilitas

Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dengan menggunakan SPSS versi 17 uji validitas untuk daftar pertanyaan dan pernyataan yang diajukan adalah untuk mengukur sah atau validitas tidaknya suatu kuesioner. Metode yang digunakan adalah dengan membandingkan antara nilai korelasi atau r_{hitung} dari variabel penelitian dengan nilai r_{tabel} . Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan valid. Sedangkan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan menunjukkan konsistensi di dalam mengukur gejala yang sama. Apabila $r_{alpha} positif > r_{tabel}$ maka pertanyaan reliabel. Sedangkan jika $r_{alpha} negatif < r_{tabel}$ maka pertanyaan tidak reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

Uji multikolinearitas bertujuan untuk apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen sama atau nol (Ghozali, 2005).

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang lebih

baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas karena data cross section mengandung berbagai ukuran (Kecil, sedang, dan besar) (Ghozali, 2005).

Uji Hipotesis

Uji signifikan Simultan (Uji F) dilakukan untuk melihat apakah variabel bebas secara bersama-sama (serentak) mempunyai pengaruh terhadap semua variabel terikat. Kriteria pengujiannya adalah $H_0 : b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 = 0$, artinya secara bersama-sama (serentak) tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan $H_0 : b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 \neq 0$, artinya secara bersama-sama (serentak) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Kriteria pengambilan keputusannya adalah H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ dan H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$.

Uji Signifikan Parsial (Uji-t) dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual (parsial) terhadap variasi variabel dependen. Kriteria pengujiannya adalah $H_0 : b_1 = 0$, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan jika $H_0 : b_1 \neq 0$, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusannya adalah H_0 ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ dan jika H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini banyaknya jumlah responden adalah 100 orang yang merupakan nasabah etnis Cina Bank BCA Kota Medan. Adapun karakteristik dari responden dalam penelitian ini dapat dilihat dari jenis kelamin, umur, dan jenis pekerjaan. Berdasarkan tabel 4.3 (terlampir), responden dengan jenis kelamin pria lebih besar dari pada responden wanita yaitu 58 orang sedangkan jenis kelamin wanita 42 orang dari total responden. Mayoritas responden melakukan keputusan nasabah adalah laki-laki.

Berdasarkan tabel 4.4 (terlampir), responden yang berada pada kategori 1 atau berumur 17 sampai dengan 24 tahun sebanyak 13 orang, responden yang berada pada kategori 2 atau berumur 25 sampai dengan 32 tahun sebanyak 19 orang, pada kategori 3 atau berumur 33-40 tahun sebanyak 21 orang, pada kategori 4 atau berumur 41 sampai dengan 48 sebanyak 30 orang dan pada kategori lima atau diatas umur 48 berjumlah 17 orang. Mayoritas responden yang melakukan keputusan nasabah pada rentang usia 41 sampai dengan 48 tahun.

Berdasarkan tabel 4.5 (terlampir), responden yang bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil sebanyak 0 orang, responden yang bekerja sebagai Pegawai Swasta sebanyak 29 orang, responden yang bekerja sebagai Wiraswasta sebanyak 58 orang dan mahasiswa sebanyak 13 orang. Mayoritas responden yang melakukan keputusan nasabah memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Jika r_{hitung} positif atau $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pertanyaan tersebut valid. Jika r_{hitung} negatif atau $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pertanyaan tersebut tidak valid. Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 4.1 (terlampir) menunjukkan semua butir pertanyaan telah valid.

Dari tabel 4.2 (terlampir) bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha (*Cronbach's Alpha*) yang lebih besar dari 0,60. Sehingga dapat dikatakan telah reliabel dan dapat dapat dijadikan sebagai instrumen penelitian.

Hasil Persamaan Regresi

Berdasarkan hasil pengolahan data tabel 4.16 (terlampir) terdapat kolom *Unstandardized Coefficients*, maka diperoleh model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 3,035 + 0,345 X_1 + 0,534 X_2 + 0,049 X_3 + 0,007 X_4 + 0,218 X_5$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa koefisien regresi X_1 (produk) bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh produk adalah searah keputusan nasabah. Koefisien regresi X_2 (pelayanan) bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh pelayanan adalah searah keputusan nasabah. Koefisien regresi X_3 (promosi) bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh promosi adalah searah dengan keputusan nasabah. Koefisien regresi X_4 (lokasi) bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh lokasi adalah searah dengan keputusan nasabah. Koefisien regresi X_5 (kredibilitas) bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh jangka kredibilitas adalah searah dengan keputusan nasabah.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan Kolmogorov-Smirnov. Uji Kolmogorov-Smirnov digunakan untuk memastikan apakah data di sepanjang garis diagonal berdistribusi normal. Pada uji ini keputusan yang diambil adalah apabila $\text{sig} > 0,05$ maka distribusi data bersifat normal dan apabila $\text{sig} < 0,05$ maka distribusi data tidak normal. Uji Kolmogorov-Smirnov dapat dilihat pada tabel 4.13 (terlampir). Berdasarkan tabel 4.13 (terlampir) diperoleh nilai *asympt. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,847 yang lebih besar dari 0,05 ($0,847 > 0,05$) yang berarti bahwa variabel residual berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika nilai VIF lebih kecil dari 5 ($\text{VIF} < 5$) dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 (*tolerance* $> 0,1$). Pada tabel 4.13 (terlampir) memperlihatkan nilai *tolerance* $> 0,1$ dan $\text{VIF} < 5$ pada semua variabel independen, dengan demikian data tidak terkena multikolinearitas sehingga model regresi layak digunakan.

Uji Heterokedastisitas

Dari hasil pengujian terlihat pada tabel 4.14 (terlampir) terlihat besarnya nilai signifikansinya di atas tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Jadi dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

Hasil Uji Ketepatan Model (Test of Goodness Of Fit)

Berdasarkan tabel 4.15 (terlampir) dapat disimpulkan bahwa R sebesar 0,717 berarti hubungan antara variabel produk, pelayanan, promosi, lokasi, kredibilitas terhadap variabel keputusan nasabah. R square sebesar 0,514 yang berarti 51,4% keputusan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel produk, pelayanan, promosi, lokasi, kredibilitas. Sedangkan sisanya 48,6 dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. *Adjusted R Square* sebesar 0,488 yang berarti 48,8% keputusan nasabah dapat dijelaskan

oleh variabel produk, pelayanan, promosi, lokasi, kredibilitas. Sedangkan sisanya 51,2% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Dari hasil uji F pada tabel 4.17 (terlampir) didapatkan nilai F statistik sebesar 19,847 dengan angka probabilitas sebesar 0,000. Dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 0,05$). Angka signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Atas dasar perbandingan tersebut, produk, pelayanan, promosi, lokasi, dan kredibilitas secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah etnis Cina menabung di Bank BCA Kota Medan.

Berdasarkan tabel 4.18 (terlampir) secara parsial variabel produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah, dimana hal ini terlihat dari nilai signifikansi nol (0) lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Dengan demikian produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah etnis Cina menabung di Bank BCA Kota Medan. Secara parsial variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah, dimana hal ini terlihat dari signifikansi 0 (nol) lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Dengan demikian pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah etnis Cina menabung di Bank BCA Kota Medan. Secara parsial variabel promosi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan nasabah, dimana hal ini terlihat dari signifikansi 0,555 lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Dengan demikian promosi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan nasabah etnis Cina menabung di Bank BCA Kota Medan. Secara parsial variabel lokasi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan nasabah, dimana hal ini terlihat dari signifikansi 0,934 lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Dengan demikian lokasi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan nasabah etnis Cina menabung di Bank BCA Kota Medan. Secara parsial variabel kredibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah, dimana hal ini terlihat dari signifikansi 0,010 lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Dengan demikian lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah etnis Cina menabung di Bank BCA Kota Medan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis dan evaluasi terhadap data penelitian yang dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Secara simultan diketahui bahwa variabel produk, pelayanan, promosi, lokasi, dan kredibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah etnis Cina menabung di Bank BCA Kota Medan. Secara parsial diketahui bahwa variabel produk, pelayanan, dan kredibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah etnis Cina menabung di Bank BCA Kota Medan. Variabel promosi dan lokasi hanya berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan nasabah etnis Cina menabung di Bank BCA Kota Medan. Pelayanan memiliki pengaruh yang paling dominan dibandingkan dengan variabel lain.

Berdasarkan nilai koefisien determinasi atau angka R square adalah sebesar 0,514, yang berarti variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 51,4%. Sedangkan sisanya 48,6% dijelaskan oleh variabel-variabel independen lain yang tidak diteliti dan tidak dimasukkan ke dalam model regresi.

Saran dalam penelitian ini adalah pelayanan memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan nasabah dibandingkan dengan variabel lainnya. Oleh karena itu, Bank BCA Kota Medan harus mampu menjaga serta meningkatkan kualitas pelayanan baik dari segi *performance* karyawan-karyawati, kenyamanan, dan keamanan sehingga nasabah etnis Cina percaya dan mau menabung di Bank BCA kota medan. Untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, Bank BCA Kota Medan harus lebih giat memperkenalkan produk-produknya yang lebih bermamfaat dan menguntungkan sehingga

nasabah tertarik dan mau menabung di Bank BCA. Untuk peneliti selanjutnya sebaiknya melibatkan faktor-faktor lain seperti tingkat suku bunga, pendapatan, dan lain-lain yang berpotensi mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung. Bagi para peneliti selanjutnya yang akan mengkaji lebih dalam tentang penelitian yang sama diharapkan agar hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi yang dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan perbandingan dalam melakukan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Djarwanto dan Subagyo. 1996. Statistik Induktif. Yogyakarta: BPFE
- Engel, James F, Roger D Blackwell dan Paul W Miniard.1990. consumer Behavior Sixth Edition. New York: The Dryden Press Harcourt Brace College Publishers.
- Ferdinand, Agusty. 2006. Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen, edisi 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Semarang
- Indriantoro dan Supomo. 1999. Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen. Yogyakarta: BPFE
- _____.2002. Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen, Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE
- Kasmir. 2000. Manajemen Perbankan. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- _____.2005. Pemasaran Bank. Jakarta: Prenada Media
- _____.2008. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Jakarta: PT Rajagrafindo persada
- Kotler, Philip. 1997. Manajemen Pemasaran: Analisa, Perencanaan, Implikasi, dann Kontrol, Jilid 1. Jakarta: Prehallindo
- _____.2000. Manajemen Pemasaran di Indonesia buku satu. Jakarta: Salemba 4
- _____.2001. Manajemen Pemasaran : analisis, perencanaan, implementasi, dan kontrol. Jakarta: PT Prehallindo
- Lubis, Irsyad. 2010. Bank dan Lembaga Keuangan Lain. Medan: USU Press
- Nugroho J Setiadi. 2003. Perilaku Konsumen. Jakarta Timur: Prenada Media
- Rivai, Andria PermataVeitzhal dan Ferry N Idroes. 2007. Bank and Financial Institution Management : Conventional and Syar'i System. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Bisinis cetakan ke 12. Bandung: Alfabeda
- Supramono. 2003. Desain Proposal Penelitian Studi Pemasaran. Salatiga
- Triandaru, sigit dan Totok Budisantoso. 2006. Bank dan Lembaga Keuangan Lain. Jakarta: Salemba Empat
- _____.2008. Bank dan Lemabaga Keuangan Lainnya. Jakarta: Salemba Empat